



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

PT Samaktamitra merupakan anak perusahaan dari grup Sinarmas Land. Dahulu, dalam membangun sebuah perumahan atau perkantoran Sinarmas Land membutuhkan tenaga IT khusus. Hal ini untuk membangun sistem integrasi IT baik di perumahan, perkantoran, dan bahkan suatu wilayah. Setelah sukses menjalankan beberapa proyek IT khususnya di daerah BSD. Sinarmas Land melihat adanya potensi untuk divisi IT berkembang. Untuk itu Sinarmas Land membuat sebuah anak perusahaan baru, dengan menawarkan jasa & produk IT *Service & Manage services* Infrastruktur sebagai. Pada tahun 2016 dibuatlah perusahaan dengan nama Samaktamitra (OneSmartServices).

Dengan model bisnis B2B Samaktamitra terus mengembangkan bisnisnya. Perusahaan berbasis IT ini lebih menargetkan perusahaan *start-up* dan perusahaan real estate. Fenomena menjamurnya *start-up* di Indonesia memang menjadi kesempatan bagi Samaktamitra. Berdasarkan Aisy (2015, p. 3) *start-up* sendiri merupakan perusahaan atau bisnis yang belum lama terbentuk. Perusahaan ini biasanya masih dalam proses pengembangan dan riset untuk menemukan pasar yang tepat. Saat ini ada banyak sekali *start-up* yang mulai bermunculan dan menjamur.

Gambar 1.1 Jumlah *start-up* di Indonesia tahun 2018



(Sumber: databooks.id, 2019)

Dari data di atas bisa dilihat jumlah perusahaan *start-up* di Indonesia cukup tinggi yaitu menyentuh angka 922 perusahaan. Banyaknya keperluan khususnya di bidang IT, membuat Samaktamitra menjadikan *start-up* sebagai salah satu target pasar mereka. Potensi ini digunakan Samaktamitra untuk menjadikan *start-up* sebagai lahan perusahaan ini mencari keuntungan.

Real Estate juga menjadi salah satu target pasar dari Samaktamitra. Hal ini dikarenakan, latar belakang Samaktamitra sendiri pernah mengerjakan proyek-proyek perumahan dan perkantoran Sinarmas Land. Beberapa contoh proyek yang pernah dikerjakan oleh Samaktamitra adalah ITC BSD, Zora, BSD City, The Breeze, dan Banjar Wijaya. Selain fokus untuk menjual infrastruktur *IT Services*, Samaktamitra juga sedang gencar untuk mengenalkan dan membangun *Smart Home, Smart City & Cloud*.

Smart Home sendiri menawarkan kualitas hidup yang lebih mudah dengan menggunakan otomatisasi peralatan rumah tangga dan asisten rumah tangga. Otomatisasi ini berdasarkan *context aware* yang didapatkan dari memonitoring lingkungan rumah itu sendiri. Seorang pengguna dapat mengontrol peralatan rumahnya dari jarak jauh, misalkan ketika pengguna tersebut masih di perjalanan pulang, dia mampu menghidupkan AC untuk mendinginkan ruang, mengontrol pemanas air untuk mandi dan lain-lain. (Setiawan, 2016, p. 455).

Sedangkan *Smart City* adalah kota yang dapat mengelola semua sumber daya secara efektif dan efisien dalam menyelesaikan berbagai tantangan, menggunakan solusi inovatif, terintegrasi dan berkelanjutan. Pengelolaan tersebut semata-mata untuk meningkatkan kualitas hidup warga kota (ITB, 2017)

Dengan potensi yang besar ini, Samaktamitra ingin meningkatkan *awareness* tentang *brand* mereka ke target pasar lebih luas lagi. Untuk itu Samaktamitra membuat sebuah divisi *marketing communication*, guna membantu mengenalkan OneSmartService ke target yang luas. Tim *marketing communication* di perusahaan ini dijadikan sebagai jembatan antara para *staff IT* dengan target

pasar dari OneSmartServices. Dikarenakan dunia teknologi khususnya dunia IT sangat luas dan terus berkembang tentunya perlu untuk mencermati tren baru tentang dunia IT. Selain bertujuan untuk menyelesaikan mata kuliah *internship*, peserta magang juga tertarik untuk melihat bagaimana aktivitas dari *marketing communication* disebuah perusahaan *IT Service*.

Peserta magang memilih PT Samaktamitra (OneSmartServices) sebagai tempat untuk praktik magang karena perusahaan ini cukup menantang peserta magang. Menantang dikarenakan PT Samaktamitra adalah perusahaan yang bergerak di bidang IT. Perkembangan dunia IT berkembang dengan pesat dan banyaknya inovasi baru tentang teknologi membuat peserta magang banyak mendapatkan pengetahuan terbaru mengenai teknologi. Peserta magang merasa ilmu ini cukup penting bagi peserta magang dikarenakan dunia sedang berjalan di era revolusi digital. Oleh karena itu peserta magang yakin perusahaan ini wadah yang cocok untuk mendapatkan pengetahuan dan kemampuan khususnya di bidang *marketing communication*.

Di dalam laporan ini akan dijelaskan bagaimana aktivitas *marketing communication* di PT Samaktamitra (OneSmartServices). Peserta magang melakukan kegiatan magang waktu kurang lebih tiga bulan yang dimulai dari tanggal 19 Agustus 2019 sampai 18 November 2019. Pada saat kerja praktik magang peserta magang juga dibimbing oleh salah satu *staff marketing communication* yaitu Farah Ayu.

1.1. Tujuan Kerja Magang

Kegiatan kerja magang dilakukan oleh peserta magang dengan tujuan untuk menyelesaikan mata kuliah wajib yaitu “*internship*”. Adapun tujuan lain dari kegiatan kerja magang ini adalah meningkatkan pengetahuan praktis tentang *marketing communication* dalam perusahaan berbasis *IT Service & Manage Infrastructur* di PT Samaktamitra.

1.2. Waktu dan Prosedur Kerja

1.2.1. Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Pelaksanaan kegiatan kerja magang dilakukan oleh peserta magang di PT Samaktamitra adalah sebagai berikut:

Hari Kerja : Senin-Jumat

Jam Kerja : 08.30-17.30

Periode Kerja Magang: 19 Agustus – 18 November 2019

Lokasi Kerja Magang : Gedung My Republic Plaza, Lt.2 Wing A
The Breeze, BSD Kota Tangerang.

1.2.2. Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.2.2.1. Perizinan Kerja Magang

Peserta magang mengajukan formulir pengajuan kerja magang (KM-01) kepada ketua program studi ilmu komunikasi untuk mendapatkan persetujuan tempat kerja magang. Setelah mendapatkan persetujuan dan tanda tangan dari ketua program studi di form KM-01, peserta magang melanjutkan mengurus surat pengantar kerja (KM-02). Surat pengantar kerja ini diserahkan kepada perusahaan di mana peserta magang melakukan kerja magang yaitu PT Samaktamitra (OneSmartServices).

1.2.2.2. Pegajian Kerja Magang

Peserta magang mencari beberapa lowongan yang diiklankan di situs pencari pekerjaan. Dengan mencari *keyword* magang *marketing communication*, peserta magang mengirimkan beberapa surat pengajuan kerja magang yang diperlukan berupa; CV, *cover letter*, dan transkrip nilai. Setelah mengirimkan ke beberapa perusahaan peserta magang dipanggil oleh beberapa perusahaan untuk melakukan wawancara. Peserta magang melakukan wawancara di beberapa perusahaan yaitu:

1. DNS Indonesia
2. DBS Indonesia
3. PT Samaktamitra (OneSmartServices)

1.2.2.3. Penerimaan Formulir Kerja Magang

Surat penerimaan kerja magang yang diberikan oleh PT Samaktamitra (OneSmartServices), kemudian peserta magang memberikan kepada kampus dan mengambil beberapa formulir KM-03 sampai KM-07. KM-03 berisi formulir kartu kerja magang, KM-04 berisi formulir lembar kehadiran kerja magang, KM-05 berisi formulir lembar realisasi kerja magang, KM-06 berisi formulir penilaian kerja magang dan KM-07 berisi formulir tanda penyerahan laporan kerja magang.

1.2.2.4. Pelaksanaan Kerja Magang

Peserta magang melakukan kegiatan kerja magang di perusahaan PT Samaktamitra (OneSmartServices) sebagai *marketing communication* selama 60 hari kerja.

1.2.2.5. Penyusunan Laporan Magang

Peserta magang menyusun laporan kerja magang untuk menjelaskan kegiatan yang dilakukan peserta magang sebagai anak magang di PT Samaktamitra (OneSmartServices).